**\*벤처창업 Start Up**

**Baby Care**

Team\_H2O 비즈니스 워크샵

Purpose: 물처럼 필요한 존재

\*시장세분화

Step1\_브레인 스토밍

직장인

**주부**

**학생**

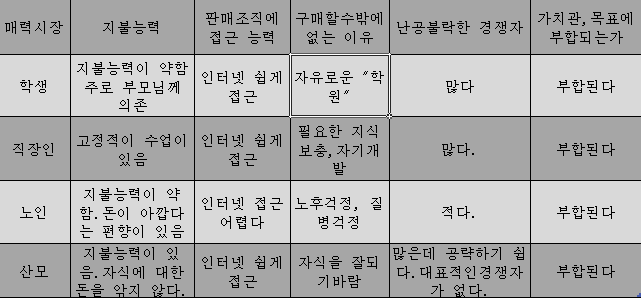
**지식을 알려주는 플렛폼**

**노인 自学人**

**창업인**

**빨간색으로 된것이 매력적인 시장기회 산모**

**Step2\_A 거점시장 파악**

****

**Step2\_B거점시장 규모 산정**

**TAM**

(Total Addressable Market)

중국 여성67048만명.

**SAM**

(Serviceable Obtainable Market)

중국 평균 일년에 약 788.4만명 산모 .

**SOM**

(Serviceable Obtainable Market)

그중 초보엄마는 약551.88만명입니다.

**Step3\_페르소나**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | |  |   **이름:** 왕홍  **성별:** 여  **나이:** 28세  **직업:** 소규모 회사 직원  **거주상태:** 결혼해서 부모와 같이 살지 않는다.  **결혼상황:** 결혼  **목표:** 첫아이를 임신하고 있는데 과학적인 임신,태교, 계몽교육,육아 방법으로 아이를 건강하게 교육하고 케어하겠습니다.  **수요:** 전문적이고 간단하며 알아듣기 쉽게 초보엄마, 아빠들에게 과학적인 임신, 육아 방법을 알려주는 매체가 필요합니다. 또 여러 초보 엄마들지간의 자식자랑, 수다 떨고 교류, 노하우 나누는 데가 있으면 좋겠다.  **걸림돌:** 초보라서 임신,육아 지식이 결핍하고 또 부모들의 낡은 육아지식이 싫고 과학적인 지식이 필요한데 인터넷 가면 지식이 분산되고 집중적이지 못하여서 직장인에게 시간이 부족합니다. 또 직장인이라서 따로 시간내서 같은 초보엄마끼리 수다떨수 없고 교류할수 없습니다 |

**Step4\_Use Case**

**초보엄마, 아빠 들의 고민파악**

** **

초보엄마,아빠들은 임신때부터 각종 임신,태교,육아식을 검색한다.

ㄱ그러나 정보가 집중적이지 못하고 체계가 없고 전문성이 떨어진다.

** **

결국 시간을 많이 잡아먹고 얻은 정보가 신뢰성이 떨어진다.

**왕홍 사용시나리오**

사용자개정

1. 이름
2. 생년월일
3. 직업
4. 임신준비,임신중,0-1,1-2,2-3,3-5
5. 연락방식
6. 관심내용선택

영상문장검색

1. 과학적인 임신
2. 태교
3. 계몽교육

건의제출

1. 더 알고 싶은 지식 제출
2. 제공하는 서비스에 대한 의견

제출

(체택시 육아용품 증정)

BBS

1. 엄마,아빠들의 경험교류
2. 아이성장기록부
3. 전문가 실시간 의혹 대답
4. 육아용품 이벤트

**Step5\_ 제품/서비스 브로슈어 작성**

WHY BUY?

* 초보 엄마,아빠들 위한 임신,육아

백과사전

과학적인 임신,육아 방법으로 초보엄마,아빠의 고민을 해결

* 지식의 형태가 다양함

영상, 문장, 전문가와 실시간 교류

* BBS

아이성장기록부 장성하면서 아이와 같이 성장하는 느낌, 같은 초보엄마,아빠들의 수다공감타임.

* 즐거운 이벤트

영상,문장리뷰, 건의 제출, BBS 활약도가 높은 사람에게 육아용품 이벤트를 줌

HOW IT WORKS

개정가입

개정을 만들어서 개인

자료완성

영상문장찾기

자기가 원하는 영상문

장을 찾아서 보기.

BBS

엄마,아빠들의 경험교류

아이성장기록부

전문가 실시간 의혹 대답

육아용품 이벤트



AD작성



**Step5\_ 사업성공을 위한 핵심역량 정의**

* **문장뿐 만아니라 영상까지 추가**

**일반 산모를 위한 사이트는 대부분 문장으로 되있는데 우리는 영상까지 추가하여 생동감 있고 배우기가 쉽습니다. 그중에서 아이 태교음악, 계몽교육에 중점을 두어 영상을 제공합니다.**

* **내용이 더 욱더 체계적,풍부하다.**

**일반 산모 사이트는 모두 분류가 체계적이지 못하고 전면적이지 못하다. 우리는 더욱더 체계적이고 세밀하게 분류해서 빠른 시간내에 자기가 얻고 싶은 지식을 효율있게 얻을수 있다. 이는 시간이 모자라는 직장인에게 더욱더 유리하다.**

* **고객의 세분화**

**일반 사이트는 모든 산모를 시장타겟으로 하지만 우리는 초보엄마, 아빠를 타겟으로 하여 그들의 고민을 초점으로 둔다.**

* **BBS 친근성**

**BBS는 초보엄마,아빠의 인터넷에서의 모임이다. 그들은 서로 육아 경험교류하고 수다떨고 인터넷 모임임니다. 동시에 육아일기를 통해 아이와 같이 성장하는 모습을 담겨줍니다.**

* **즐거운 이벤트**

**문장,영상 리뷰, BBS에서 활약도 높은 회원을 통하여 이달의 엄마,아빠를 선정. 그리고 의견을 제출하는데 채택시 해당 육아용품을 드린다.**

**Work Shop\_경쟁사 분석**

**경쟁사：**

**** 

** 많다**

** 과학적인 태교,임신,계몽교육  **

** **

**적다. **

**낮음 상세도 높음**

**분석결과: 경재자들은 보편적으로 문장형식으로 되였고 과학적인 임신방법이 있지만 태교, 개몽교육에 관한 글이나 영상이 없거나 적습니다. 그리고 고객대상도 초보엄마,아빠들이 아니라 모든 0~6아이를 둔 엄마,아빠로 상대로 하였습니다. 그래서 초보엄마,아빠를 위한 과학적인 임신, 태교, 계몽교육에서 우리는 일정한 우세를 가지고 있다.**